

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung” ini ditulis oleh Bagas Wicaksono, NIM. 12401173343, pembimbing Dr. Ali Mauludi, AC., M.A.

Manajemen pemasaran menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena tingkat persaingan yang semakin tajam di antara Bank Syariah maupun Bank Konvensional di Indonesia. Hal utama agar perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar, maka kualitas pelayanan, bauran pemasaran, religiusitas dan kepercayaan harus diperbaiki dan ditingkatkan. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para nasabah, agar nasabah merasa puas dan tidak beralih kepada Bank lain. Maka dari itu penelitian ini mengangkat permasalahan kualitas pelayanan, bauran pemasaran, religiusitas dan kepercayaan, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, bauran pemasaran, religiusitas dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung.

Tujuan penelitian dalam skripsi ini yaitu: (1) untuk menguji variable kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung, (2) untuk menguji variable bauran pemasaran terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung, (3) untuk menguji variable religiusitas terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung, (4) untuk menguji variable kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia Tulungagung, (5) untuk menguji variable kualitas pelayanan, bauran pemasaran, religiusitas, kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar pada responden nasabah Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung . Data dianalisis dengan menggunakan SPSS 16.0 dengan melakukan beberapa tahap uji analisis data, uji hipotesis (uji t dan F) dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, (2) variabel Bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, (3) variabel Religiusitas berpengaruh negative dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, (4) variabel Kepercayaan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, (5) variabel Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran, Religiusitas, dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran, Religiusitas, kepercayaan dan Loyalitas Nasabah.